
(19) **KOREAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE**

KOREAN PATENT ABSTRACTS

(11)Publication number: **010016151 A**

(43)Date of publication of application: **05.03.2001**

(21)Application number: **000067443**

(71)Applicant: **NEXTWARE INC.**

(22)Date of filing: **14.11.2000**

(72)Inventor: **KIM, HYEONG JUN**

(51)Int. Cl. **G06F 17/6015**

(54) **METHOD FOR CONSTRUCTING CALL CENTER USING INSTANT MESSENGER**

(57) Abstract:

PURPOSE: A method for constructing call center using instant messenger is provided to enable a user to receive a reply promptly by rendering an instant messenger to communicate to both directions.

CONSTITUTION: A person in charge of marketing(510) inputs a message to be transmitted to a client. and sends a condition for searching a client to be received the message to a client management server(520)(A01). A server(520) searches a client DB(530) and obtains client information met to the condition (A02). The read client information is converted a packet met to a communicating protocol in the server(520), sends to an IM Comm. server(470)(A03). A server checks a message receiving address of a client, searches a proper type(1-N) agency for transmitting data, and sends a message through the agency. The agency sends a message to the clients using the same IM client using the ID registrated the corresponding IM client(A05). If the client received the message sens a reply for requesting information, the client can counsel. The server receives the reply for the counselling and sends to an exchanger (550)(A06). The exchanger(550) examines a counselor(A07) and sens a reply to the counselor(A08).

COPYRIGHT 2001 KIPO

Legal Status

Date of request for an examination (20001114)

Notification date of refusal decision (20030917)

Final disposal of an application (rejection)

Date of final disposal of an application (20030917)

(19)대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(51) Int. Cl. 6
G06F 17/6015

(11) 공개번호 특2001-00161
(43) 공개일자 2001년03월05일

(21) 출원번호 10-2000-0067443
(22) 출원일자 2000년11월14일

(71) 출원인 주식회사 넥스트웨어 김종우
서울특별시 서초구 방배1동 871-6 대경빌딩 4층
(72) 발명자 김형준
경기도과천시부림동주공아파트802-805

심사청구 : 있음

(54) 인스턴트 메신저를 이용한 콜센터 구축 방법

요약

본 발명은 인스턴트 메신저(Instant Messenger: IM) 프로그램과 같이 실시간으로 메시지를 전달하는 툴을 이용하여 마케팅 송신하고, 이에 대한 응답이 있을 경우 바로 인스턴트 메신저를 통하여 IM 콜센터로 연결되게 하는 실시간 마케팅 방법 및 측정방법에 관한 것이다.

대표도

도5

색인어

IM 콜센터(Call center), 실시간 마케팅 솔루션, CRM

명세서

도면의 간단한 설명

- 도 1은 IT Framework에 관한 개념도
- 도 2는 IT Framework에 관한 구성도
- 도 3은 본 발명에 의한 콜센터의 개념도
- 도 4는 본 발명에 의한 콜센터의 구성도
- 도 5는 본 발명에 의한 콜센터의 운영 흐름도
- 도 6은 본 발명에 의한 콜센터의 데이터 처리 흐름도

* 약어에 대한 설명

IM : Instant Message, Instant Messenger

IM Comm. Server : Instant Messenger Communication Server

CRM : Customer Relationship Management

IT : Information Technology

DM : Direct Mail

D/W : Data Warehouse

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야 종래기술

본 발명은 종래의 인스턴트 메시징(Instant Messaging, 이하 IM) 기술을 이용하여 마케팅 정보를 전달하고 이에 대한 리턴 콜을 시지나 음성을 통하여 콜센터에 연결시키는 방법에 관한 것이다.

이는 최근의 마케팅 방법으로 각광받고 있는 고객관계관리(CRM)방법의 일환으로 활용 가능한 마케팅 방법으로, 원하는 타겟 고객을 선별하고 이들에게 마케팅 정보를 송신한 다음, 응답이 있을 경우 바로 콜센터와 연결 가능하도록 하는 마케팅 기술에 관한 것이다.

여기서 CRM이라 함은 다양한 채널 및 소스를 활용한 고객 Data의 수집과 분석, 그리고 이를 전략적으로 활용하는 솔루션이다. 이를 위해서는 IT(Information Technology)에 입각한 총체적 Framework에 바탕을 둘 때만이 그 효과를 극대화할 수 있다.

특히, IT 측면에서는 고객 DB와 Front-end 쪽의 업무를 지원하는 요소가 균형을 이루어야 한다. 도 1과 같이 CRM을 위한 IT Framework는 각각 마케팅, 영업, 서비스 측면에서 다양한 방법으로 고객과 접점을 이루게 된다.

그러한 Customer Interaction Application에 Web(EC technology), Voice(CTI, IVA), Delayed SVC(DM, Fax), Face to Face(service)와 같이 채널이 각각 존재 한다.

이러한 CRM을 구성하는 다양한 요소별로 최적의 솔루션 중 하나로서 본 발명은 고객과의 접점 가운데 하나가 되는 또 하나의 접점으로서 본 발명에 의한 실시간 커뮤니케이션 솔루션에 초점을 맞추고자 하는 것이다.

종래의 콜센터는 주로 유무선전화만을 활용하여 고객의 전화상 질의에 대해 응답하는 형식으로 진행되었다. 또한 사이버 상에서 채팅이 강화되면서, 텍스트를 이용한 채팅이나 동화상 전송을 수반한 채팅이 가능해졌다. 그러나 채팅의 경우, 채팅프로그램을 해서 가능하다는 점에서 또 다른 프로그램의 개발이 필요한 반면, 본 발명에 의한 방법에 의하면 별도의 프로그램이 아닌, 종래 인스턴트 메신저 프로그램을 활용하여 서버-클라이언트간의 세팅을 통해서도 충분히 콜센터의 운용이 가능하다.

따라서 본 발명에 의해 유무선전화 및 채팅 뿐 아니라, 인스턴트 메신저를 통한 콜센터의 운용도 가능해졌다고 할 수 있다.

발명이 이루고자하는 기술적 과제

본 발명에서는 다량의 마케팅 정보를 송신할 수 있으며 이러한 마케팅 정보에 대하여 응답하는 이용자들의 return call을 수신할 수 있는 IM 콜센터의 구축 방법 및 운영방법을 기술적으로 구현하는 데 그 목적이 있다.

발명의 구성 및 작용

도면을 보면서 본 발명에 대해 보다 구체적으로 설명하기로 한다.

먼저 고객 DB를 수집하기 위해부터 조건에 적합한 고객을 선별하는 타겟팅 작업이 이루어진다. 이를 위해서는 도1과 같이 마케팅, 영업, 서비스 각 측면에서 대고객과의 접점이 형성되며 이를 위한 툴로 Web-EC technology, Voice-CTI / IVR, Delayed SVC(DM, Fax, Face to Face-Service)가 있게 된다. 또한 재고관리, 물류, 제조, 조달, 회계, 서비스 등의 기업의 업무영역에서도 정보 발생하며, 이렇게 수집된 정보는 분류와 선별 과정을 거쳐 DB(101)에 저장되고, 향후 마케팅을 위한 자료로 쓰이게 된다.

본 발명에 의한 콜센터의 개념은 도2에서 보는 바와 같이 Business process상에서 상품 및 고객정보 D/W(240)가 구축이 되고 한 정보에 대해 인력의 손을 빌거나 자동화된 시스템에 의해서 정보를 이용한 각종 활동이 발생한다. 이를 고객을 상대로 관리하는 CRM관련 Business Manager(230)가 정보관리자로서 기능을 한다면, 실제 각 고객과의 channel(210)을 manage하는 Call Center(220)가 운영관리자로서 기능하게 되는 셈이다.

곧 도3에서와 같이 고객의 정보관리라는 측면에서 마케팅 관리자와 고객요구의 응답이라는 운영의 측면에서 Call Center가 마케팅의 양측면으로 존재하는 셈이된다.

사기에서 보 바와 같이 본 발명에 의한 시스템은 외부 고객에게 저수되 마케팅 정보가 다시 고객으로부터 마케팅 수신자에게

할 때 생기는 inbound call에 대하여 Cyber Call Center의 형태로 운용하는 것을 핵심축으로 사용한다. 이에 대하여는 도4를 도 설명하고자 한다.

우선 마케팅 시스템 인터페이스(A)는 마케팅 분석과 이벤트를 발생시키며 고객에 대한 관리 서버를 포함하는 시스템이다. 그 본 발명에 의한 사이버 콜센터(B)와 함께 IM Comm. Server(470)와의 정보를 송수신하게 되고, 본 Server(470)는 XML을 기반한 Protocol을 발생시켜 각 고객들의 채널(C)별로 메시지의 송수신을 각각에 맞는 Agency를 이용하게 된다. 그리하여 또다른 Server(430)에 본 메시지를 전송하거나, WAP(또는 SMS) Server(440)에 전송할 수도 있으며, 다른 방식의 서비스에도 각기 송이 가능하게 된다.

모다 상세히 도5에서 본 발명에 의한 실시예를 설명하고자 한다. 먼저 마케팅 담당자(510)가 고객에게 보낼 메시지를 입력하고 시지를 받게 될 고객들을 검색하기 위한 조건들을 고객관리서버(520)에 보낸다(A01). 서버(520)는 고객DB (530)를 검색해서에 맞는 고객들의 정보를 얻어온다(A02). 이때의 정보는 나이, 직업, 성별, 거주지, 소득 등등 마케팅 조건에 맞는 고객들의 정다.

얻은 고객정보를 다시 서버(520)에서 통신용 protocol에 맞는 패킷으로 만들어 IM Comm. 서버(470)에 보낸다(A03).

서버(540)는 고객의 메시지 수신주소를 검사해 메시지를 전송할 적당한 Type(1-N)의 Agency를 찾고 이를 통해 메시지를 발송(A04). 여기서 고객의 주소는 e-mail 주소체계와 같다. 예를 들어 IM프로그램을 ABC라 하고, 이 Type Agency의 host name이 ABC.nextware.co.kr이고, ABC를 사용하는 고객의 ABC번호가 12345678이라면, 이 고객의 주소는 12345678@ABC.nextware.co.kr이 된다.

Agency는 해당 IM Client에 등록된 아이디를 사용해 동일 IM Client를 사용하는 고객에게 메시지를 전송한다(A05). 만약 ABC 고객에게 메시지를 보내려면, 고객관리자도 ABC 사용자로 등록이 되어 있어야 한다. 고객관리자의 ABC 번호가 87654321이고 ABC용 Agency는 이 번호를 이용해 ABC 네트워크에 접속한 상태가 된다. ABC용 Agency는 ABC 클라이언트 프로그램과 같은 할을 하게 되는 것이다.

본 메시지를 수신한 고객이 문의사항이 있어 메시지에 답신을 보내게 되면 상담을 할 수 있게 된다. 이때 고객은 ABC에 등록된 관리자의 번호에게 답신을 보내는 것이고, 이 답신은 서버(540)가 받아 다시 교환기(550)로 전송하게 된다(A06).

교환기(550)에서 상담 가능한 상담원을 조사하고(A07), 상담원에게 답신을 전달하게 되는 데(A08) 이 과정은 도6에 도시된 바다.

도6에서 보는 바와 같이, 고객으로부터 메시지가 도착하면(S01), 현재 상담이 가능한 시간인지 또는 가능한 조건인지를 확인하(S02), 만약 상담이 가능하지 않은 경우 상담이 불가하다는 메시지와 함께 상담가능한 시간을 안내하게 된다(S03). 예를들어, 상담가능시간이 평일 오전9시에서 오후7시까지라고 하고 메시지의 답신이 도착한 시간이 휴일이거나 평일 오전9시 이전이거나 오후이후면 "지금은 상담이 가능하지 않습니다. 상담을 원하시는 분께서는 평일 오전9시에서 오후7시 사이에 연락주시기 바랍니다" 뜻의 메시지를 고객에게 전송하게 된다.

만약, 상담가능한 시간이면 상담가능한 상담원이 있는지 확인하고(S04), 상담원이 있을 경우 바로 상담원과 연결시키게 된다(S05) 또 상담가능한 상담원이 없을 경우 고객에게 "지금 상담원이 상담중에 있습니다"라는 메시지를 송출하게 되며(S05), 상담예약콜 등록하고 "상담이 예약되었습니다"는 메시지를 전송하게 된다(S06).

고객이 상담원과 연결이 되면, 실시간 채팅으로 화면창을 띄우거나 메시지 전송방식으로 상담이 진행되며(S08), 상담이 종료된 후 상담원은 종료 메시지를 교환기에 보내게 된다(S09). 교환기에서 다시 상담예약중인 고객이 있는지를 확인하고 순서대로 상담과 연결시켜 준다(S10).

발명의 효과

본 발명을 통하여 CRM에 의한 마케팅 방법을 강구하는 기업에 있어 고객과의 채널을 또 하나 확보할 수 있다는 측면과, 타깃팅은 고객으로부터의 즉각적인 응답이라는 방법으로 고객을 확보할 수 있는 효과를 가질 수 있다. 즉, 인스턴트 메신저가 단방향으로 공되는 메시지가 아닌 쌍방의 의사소통이 가능한 쌍방향 커뮤니케이션 매체인 까닭에 이를 정보 전달 후 즉각적으로 회신을 받을 있으며 소통이 가능해 지는 것이다.

아울러, 네트워크가 발달하여 인스턴트 메신저를 주로 쓰는 젊은 2~30대를 주 대상으로 하는 실시간 마케팅 솔루션인 까닭에 n대를 향한 마케팅에 적합하며, 이들을 대상으로 한 기업의 마케팅 전략에 적절히 활용할 수 있다.

또한 본 발명에 의한 실시예는 위에 예시한 것과 같은 방법만으로 한정되지 않으며, 이에 기반한 모든 형태의 기술적인 변형과 개선에 적용 가능하다.

(57) 청구의 범위

청구항1

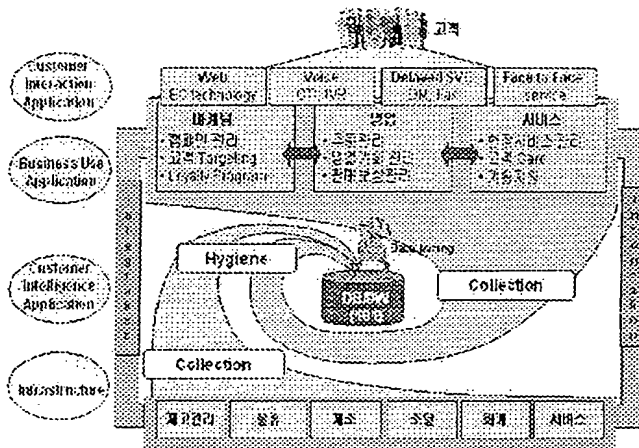
인스턴트 메신저(IM)를 이용한 마케팅 방법에 있어서, 마케팅 정보를 송신하고 이에 대해 응답이 있는 이용자에 대한 콜센터를 하기 위해 다음의 단계에 따라 구축되는 마케팅방법으로,

- (1) 확보된 고객명단을 토대로 인스턴트 메신저(이하 IM)를 이용하여 관리자가 마케팅 정보를 보내는 단계;
- (2) 고객이 받은 마케팅 정보에 대해 회신이나 질의를 보낼 때 그 리턴 메시지를 IM Comm. 서버에서 받아 교환기를 통해 콜센터 전달하는 단계;
- (3) 콜센터에서 상담가능한 상담원이 있는 지를 확인하고 상담 가능한 상담원이 없을 경우 대기메시지와 상담예약을 하는 단계
- (4) 위 (3)에서 상담가능한 상담원이 있을 경우, 상담원을 연결시켜 상담원이 IM을 이용하여 고객과 상담 및 서비스를 제공하는 단계;

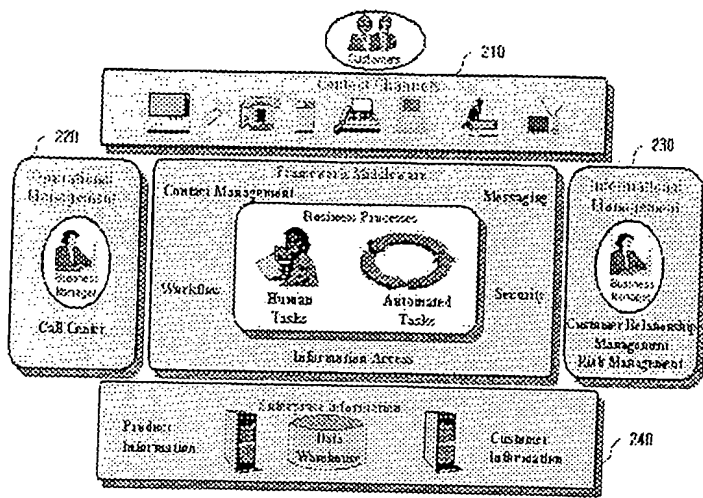
를 통하여 구축되는 실시간 IM 마케팅 방법

도면

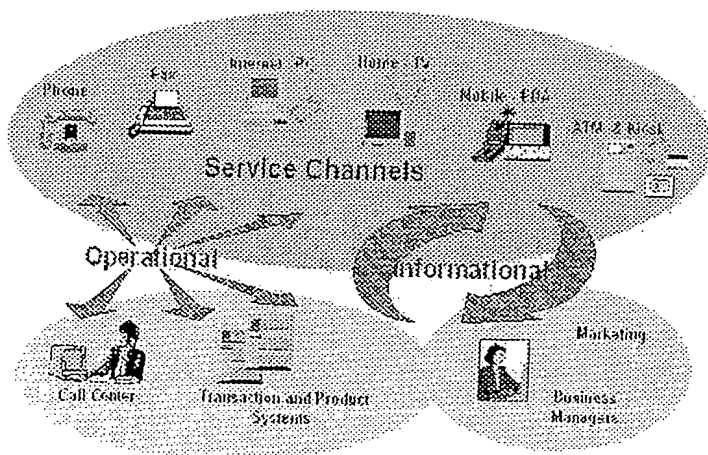
도면1



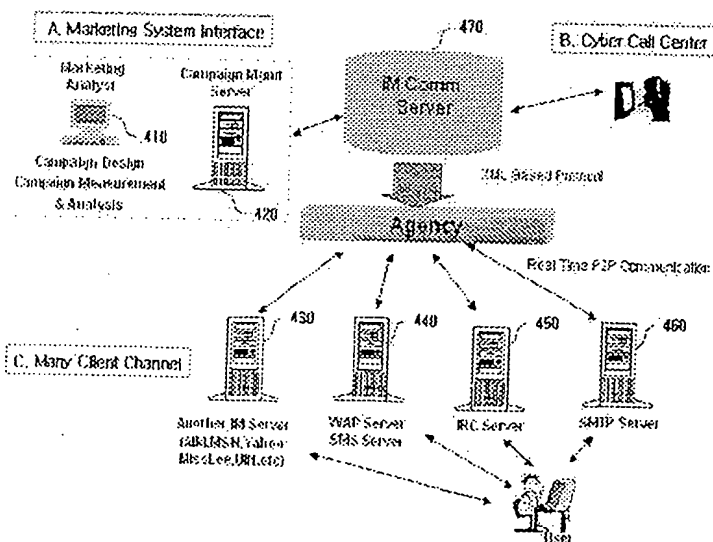
도면2



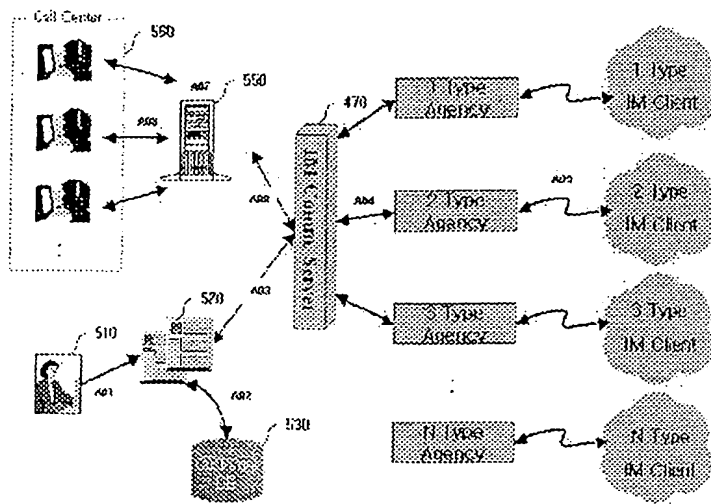
도면3



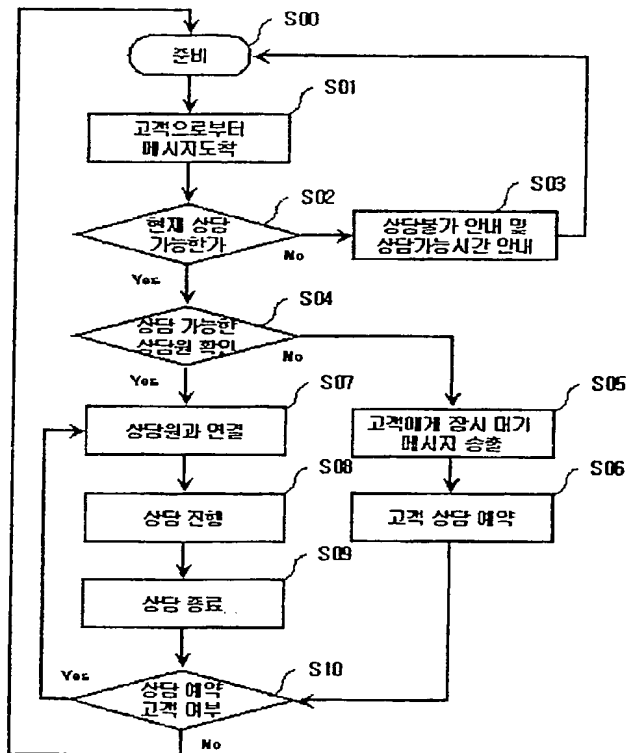
도면4



도면5



도면 6



BEST AVAILABLE COPY